

*Manuel Pinto**O papel dos media na promoção da
democracia e dos indivíduos na sociedade da informação***Título**

O papel dos media na promoção da democracia e dos indivíduos na sociedade da informação

(Contributo solicitado pela Direcção da SOPCOM, em resposta à auscultação feita pelo Instituto de Comunicação Social em ordem à elaboração de um documento sobre o tema no quadro do Conselho da Europa. 20.01.2003)

Autor

Manuel Pinto

Departamento de Ciências da Comunicação

Universidade do Minho

A Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação congratula-se com a iniciativa do Instituto de Comunicação Social de consultar profissionais e especialistas ligados ao estudo da comunicação e dos media em matéria tão transcendente como é a relação entre os serviços online e a democracia. O contributo que dá, no quadro desta consulta, centra-se naqueles que lhe parecem ser os pontos que sintetizam os problemas suscitados pelo documento de base, elaborado pelo Group of Specialists on On-line Services and Democracy, na sua versão de 19 de Dezembro último: 1) O papel dos media na sociedade da informação; 2) Os media e a participação dos cidadãos.

1. Sobre o papel dos media na sociedade da informação

a) As possibilidades técnicas de multiplicação dos “pólos de expressão e de enunciação” nas sociedades avançadas tem vindo, indubitavelmente, a aumentar o caudal e a natureza da informação circulante e a obrigar a um reposicionamento dos media informativos. O fenómeno da “desintermediação”, entendido como faculdade de estabelecimento de um contacto directo (não intermediado pelo jornalismo) entre as fontes e os destinatários da informação coloca novos desafios aos media e ao próprio jornalismo.

b) No caso do Estado, assim como de outras organizações, instituições e entidades com “poder de palavra” e com recursos instrumentais para a produzir e fazer circular, o novo quadro tecnológico proporciona, ou pelo menos favorece, caminhos ambivalentes: por um lado, a comunicação entre os cidadãos e o Estado encontra vias mais expeditas e fáceis; por outro lado, quem tem o poder da iniciativa e da palavra, tem também o poder de mais facilmente não só dizer o que lhe convém, mas, sobretudo, fixar os termos de referência do intercâmbio comunicativo.

c) É frequente manifestarem-se algumas opiniões e discursos que sugerem que a função jornalística pode vir a perder terreno no tocante à divulgação da informação de interesse público. No quadro actual, os cenários plausíveis que se desenham não permitem afirmar que tal venha sequer a ocorrer. Pela nossa parte, e ao invés de tais vaticínios, pensamos que o jornalismo assume uma importância acrescida no tocante a dimensões como:

- divulgação de informação não disponibilizada, mas de interesse público;
- identificação de situações problemáticas;
- denúncia de práticas da administração;
- sensibilização dos poderes públicos;
- veiculação de perspectivas e necessidades dos cidadãos;
- conhecimento de realidades de grupos sociais minoritários;
- abertura às realidades do espaço global e mundial;
- debate e contrastação da informação disponível;
- enquadramento e contextualização.

d) A abundância de informação e de canais de comunicação para a ela aceder não constitui condição suficiente para uma cidadania consciente e participativa. Os riscos decorrentes da penúria de informação correm em paralelo aos que resultam do excesso de informação. Por outro lado, não deve confundir-se a disponibilização de documentação e de bancos de dados com a chamada “informação de actualidade”. Neste âmbito, o trabalho daqueles profissionais a quem a sociedade reconhece a competência e a legitimidade para apreciar, escolher e hierarquizar a informação sobre eventos, problemas e situações de relevância pública configura uma função cada vez mais proeminente. Tal

função, complexa e exigente ao nível da formação desses profissionais, torna-se imperativa, desde logo, pela impossibilidade material e objectiva de cada pessoa ou grupo realizar esse trabalho de forma regular e competente, diante da avalanche de dados e informações progressivamente postas ao seu alcance.

e) Torna-se necessário enfatizar aquilo que a sociologia do jornalismo explica e ensina: todo o fornecimento de informação é interessado e motivado (por boas ou más razões). Impõe-se, assim, como vital que continue a existir e, se possível, a alargar-se, no campo jornalístico, a pluralidade de projectos editoriais e de expressão de sensibilidades e pontos de vista, alimentada pelo (e alicerçada no) rigor e honestidade perante os factos, que são apanágio da profissão de jornalista. E isto para que, na definição do que é importante e na marcação da agenda pública, possam intervir, enquanto fonte e origem da informação pública, agentes sociais diversificados, e nomeadamente aqueles agentes de quem a sociedade deve esperar independência e espírito crítico perante os diferentes poderes.

f) O processo de crescente concentração das empresas mediáticas em grandes e poderosos grupos de dimensão transnacional, aliado a uma desregulamentação acentuada, que tem caracterizado as políticas públicas, nas décadas mas recentes, é, neste contexto, merecedor de exame atento. Designadamente pelos riscos que comporta de tornar de facto marginais e insignificantes vozes independentes e críticas das lógicas dominantes no mercado das ideias, dos serviços e dos produtos. O próprio jornalismo, tornado progressivamente um produto cujo valor é aferível pela audiência que conquista, corre o risco – aqui, sim – de perder a identidade e, finalmente, de se extinguir. Não se trata, por conseguinte, de um risco decorrente do factor tecnológico, mas antes resultante da tirania do mercado, convertido em critério do governo da sociedade. Sendo o mercado um instrumento estruturante dos nossos sistemas sociais, deveriam os poderes públicos, enquanto representantes dos cidadãos, instituir sistemas que, de forma eficaz, assegurem a pluralidade de sensibilidades e de projectos, limitem a margem de manobra dos grandes grupos de interesses e re-equilibrem, deste modo, a vida social. Os media são, hoje em

dia, suportes e agentes de um ecossistema sócio-cultural e simbólico, cuja qualidade de vida deve ser a todo o custo preservada.

2. Os media e a participação dos cidadãos

a) Sobretudo a partir da última década, acentuaram-se e diversificaram-se as formas através das quais os meios de comunicação social acolhem e incentivam os seus públicos a expressar a sua opinião ou a sua posição relativamente às questões de actualidade e, nomeadamente, às iniciativas e medidas governamentais. Nomeadamente com a explosão do jornalismo online, a partir da segunda metade dos anos 90, os inquéritos, as sondagens, os fóruns, os chats, etc. tornaram mais expedito dar voz aos destinatários dos diferentes media. A estas modalidades, há que acrescentar a facilidade de utilização do correio electrónico, quer para fazer chegar aos órgãos de informação determinadas mensagens, quer para contactar directamente os jornalistas autores de trabalhos específicos. Não é mesmo invulgar ver as máquinas de comunicação dos diferentes governos utilizar, de forma mais ou menos discreta, a gestão de informação para “apalpar o terreno”, no que diz respeito às reacções que tal ou tal medida poderá desencadear e, assim, eventualmente reformular os projectos iniciais.

b) Nada disto é, em si mesmo, verdadeiramente novo, a não ser na escala em que ocorrem estes processos e nas potencialidades que as novas tecnologias vieram abrir e que estão longe de ser plenamente aproveitadas. Contudo, há também aqui alguns riscos e limitações. De facto, é frequente ver alguns media e jornalistas a pretenderem atribuir um valor (estatístico) ou significado (político) a estas formas de consulta e de expressão que elas, na maior parte dos casos, não têm.

c) Por outro lado, os contributos dos cidadãos para os fóruns e espaços do tipo chat raramente são objecto de leitura e análise no meio de comunicação que os alberga. Fica, assim, a impressão de que a voz do cidadão comum, que se procurou escutar, continua a não ter valor, por falta de (con)sequência. É certo que, num contexto de crise económica, que leva a reduzir os encargos, nomeadamente com pessoal, se pode tornar difícil

disponibilizar profissionais qualificados cuja função seja alimentar a participação dos públicos, criar espaços dignos para a publicitação dessa participação e tratar jornalisticamente o material assim recolhido. Resta saber se uma actividade desse tipo deve ser entendida como despesa (secundária) ou como investimento. Por conseguinte, tal como com o problema da moderação (ou não) dos debates e dos contributos do público ou da definição e aplicação de regras de conduta, está aqui em causa a valorização, pela comunicação social, dessas formas de participação, dando-lhes tratamento e sequência.

d) Por outro lado, há um aspecto que é, ao mesmo tempo, incontornável e indissociável do que temos vindo a observar: na actual fase de expansão das novas tecnologias de informação e comunicação, continua a ser minoritário o número daqueles que podem aceder com regularidade e competência a esses dispositivos e infra-estruturas e mais minoritário ainda o número daqueles que têm a percepção de que isso lhes pode, eventualmente, proporcionar novos horizontes para vida quotidiana e para o seu futuro.

e) Também aqui, e por razões que se prendem com a lógica jornalística e com o peso do mito de cunho prometaico associado à tecnologia, os media tendem a dar mais visibilidade aos sucessos, inovações, performances e projectos tecnológicos, do que aos excluídos, que ficam arredados da marcha do tempo. Mais ainda: é frequente ver os media alinhar acriticamente com os discursos oficiais que tendem a enfatizar o acesso às tecnologias e o adestramento na sua utilização, relegando para o esquecimento as questões (nomeadamente de sentido) que não podem deixar de andar associadas a esses recursos.

f) Uma dimensão capital que deve ser aqui referida é a que se prende com a educação para os media e para a comunicação. Se os media constituem uma trave-mestra das democracias e um fórum decisivo para a saúde destas, o relacionamento dos cidadãos com os media constitui um dos terrenos por excelência, através do qual podem exercer a cidadania. Ou seja: a educação para os media e a comunicação é, ou deve ser, assumida como uma modalidade de primeiro plano de educação para a cidadania. A capacidade de analisar criticamente as mensagens mediáticas, bem como de compreender as indústrias e

as políticas que lhes estão subjacentes; o conhecimento dos direitos e deveres dos cidadãos face aos media e a capacidade de tomar a palavra e se exprimir através deles, configuram uma frente de intervenção cívico-cultural de inquestionável alcance, para o qual podem concorrer, de forma decisiva, quer as instituições educativas, quer as autoridades governamentais quer os próprios media. Está aqui em causa não apenas o aprofundamento e alargamento do debate sobre matérias que interessam a vida da colectividade, mas sobre o próprio papel dos media nesse debate.

g) A este nível, um derradeiro aspecto que importa considerar é o do apoio e valorização da investigação científica (fundamental e aplicada), de carácter multi- e interdisciplinar, centrada nos processos sociais implicados na relação entre a promoção da democracia, a sociedade da informação e o papel dos media. Designadamente as instituições dedicadas às ciências sociais podem desempenhar um relevante papel na produção de instrumentos de apoio a um conhecimento mais rigoroso e sólido da sociedade em que vivemos e dos processos de inovação e mudança que nela ocorrem, bem como no suporte às acções e intervenções a empreender aos diferentes níveis.

MANUEL PINTO